

Investor Relations News

9. Mai 2012

Ziele für 2012 bekräftigt

Henkel im 1. Quartal mit gutem Umsatzwachstum und deutlich verbesserter Profitabilität

- Umsatzsteigerung von 4,8 Prozent auf 4.008 Mio. Euro (organisch: +4,7%)
- Bereinigtes* betriebliches Ergebnis: plus 16,6 Prozent auf 551 Mio. Euro
- Bereinigte* EBIT-Marge: plus 1,3 Prozentpunkte auf 13,7%
- Bereinigtes* Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS): plus 19,2% auf 0,87 Euro
- Wachstumsregionen weiter mit überdurchschnittlicher Entwicklung (+8,7%)
- Bruttomarge trotz Rohstoffpreissteigerungen gestiegen

Düsseldorf – „In einem herausfordernden und volatilen Marktumfeld ist Henkel gut in das Geschäftsjahr gestartet. Wir haben ein gutes organisches Wachstum erzielt und unsere Profitabilität weiter verbessert“, sagte Kasper Rorsted, Vorsitzender des Vorstands von Henkel. „Zu dieser Entwicklung haben alle Unternehmensbereiche beigetragen. Eine besondere Dynamik zeigten erneut die Wachstumsmärkte. Wir sind daher zuversichtlich, unsere Ziele für das Jahr 2012 zu erreichen.“

Mit Blick auf das laufende Geschäftsjahr sagte Rorsted: „Wir müssen auch in Zukunft mit Schwankungen und Unsicherheiten in unseren Märkten rechnen. Deshalb werden wir immer weiter daran arbeiten, unsere Strukturen und Prozesse so zu gestalten, dass wir schneller und flexibler reagieren können als unsere Wettbewerber.“

Ausblick 2012 bestätigt

Für das Geschäftsjahr 2012 bestätigte Henkel den Ausblick. „Wir erwarten ein organisches Umsatzwachstum zwischen 3 und 5 Prozent. Für die bereinigte EBIT-Marge rechnen wir mit einem Anstieg auf 14 Prozent und für das bereinigte Ergebnis je Vorzugsaktie mit einer Verbesserung von mindestens 10 Prozent.“

Im ersten Quartal 2012 hat Henkel den **Umsatz** auf 4.008 Mio. Euro und damit um 4,8 Prozent gegenüber dem Wert des Vorjahresquartals gesteigert. **Organisch**, das heißt bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen/Divestments, verzeichnete der Umsatz mit plus 4,7 Prozent erneut eine gute Steigerungsrate.

Zu dieser Entwicklung trugen alle Unternehmensbereiche bei. Der Unternehmensbereich **Wasch-/Reinigungsmittel** erzielte ein gutes organisches Umsatzwachstum von 4,5 Prozent, der Unternehmensbereich **Kosmetik/Körperpflege** verzeichnete ebenfalls ein gutes organische Umsatzwachstum in Höhe von 4,0 Prozent. Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** erzielte ein starkes organisches Umsatzwachstum von 5,6 Prozent. Zu der guten Entwicklung haben in allen Unternehmensbereichen Preiserhöhungen beigetragen, die Henkel aufgrund von Innovationen und seinen starken Marken durchsetzen konnte.

Das um einmalige Erträge, einmalige Aufwendungen sowie Restrukturierungsaufwendungen **bereinigte betriebliche Ergebnis** verbesserte sich um 16,6 Prozent von 473 Mio. Euro auf 551 Mio. Euro. Zu dieser Verbesserung trugen alle drei Unternehmensbereiche bei. Das berichtete betriebliche Ergebnis (EBIT) stieg um 25,2 Prozent von 430 Mio. Euro auf 538 Mio. Euro.

Die **bereinigte Umsatzrendite** (EBIT-Marge) wurde trotz steigender Preise für Rohstoffe und Verpackungen deutlich um 1,3 Prozentpunkte von 12,4 Prozent auf 13,7 Prozent gesteigert. Die berichtete Umsatzrendite lag bei 13,4 Prozent nach 11,2 Prozent im Vergleichszeitraum des Vorjahres.

Das **Finanzergebnis** verbesserte sich mit -36 Mio. Euro leicht gegenüber dem Vorjahresquartal (erstes Quartal 2011: -37 Mio. Euro). Die **Steuerquote** lag mit 24,7 Prozent um 1,5 Prozentpunkte unter dem Wert des Vorjahres (26,2 Prozent).

Der **Quartalsüberschuss** verbesserte sich um 30,3 Prozent von 290 Mio. Euro auf 378 Mio. Euro. Nach Abzug nicht beherrschender Anteile in Höhe von 9 Mio. Euro lag der Quartalsüberschuss bei 369 Mio. Euro (Vorjahresquartal: 285 Mio. Euro). Der bereinigte Quartalsüberschuss nach Abzug nicht beherrschender Anteile betrug 377 Mio. Euro gegenüber 314 Mio. Euro im Vorjahresquartal. Das **Ergebnis je Vorzugsaktie** (EPS) stieg von 0,66 Euro auf 0,86 Euro. Bereinigt lag es bei 0,87 Euro gegenüber 0,73 Euro im ersten Quartal 2011.

Das Verhältnis von **Netto-Umlaufvermögen zum Umsatz** lag bei 8,0 Prozent und damit auf dem Niveau des Vorjahres. Die **Nettoverschuldung** wurde weiter zurückgeführt und betrug zum Ende des ersten Quartals 1.159 Mio. Euro (31.3.2011: 1.874 Mio. Euro)

Entwicklung der Unternehmensbereiche

Der Unternehmensbereich **Wasch-/Reinigungsmittel** hat das Jahr 2012 mit einem starken ersten Quartal begonnen. Alle wesentlichen Kennzahlen wurden gegenüber dem ersten Quartal 2011 deutlich übertroffen. Der **Umsatz** stieg nominal um 3,3 Prozent auf 1.108 Mio. Euro. Organisch wurde der Umsatz um 4,5 Prozent gesteigert. Dabei machten sich die Preiserhöhungen in der zweiten Jahreshälfte 2011 und im ersten Quartal 2012 positiv bemerkbar. Das Volumen lag dabei auf dem Niveau des Vorjahresquartals.

Getragen wurde diese gute Entwicklung in erster Linie durch die Wachstumsmärkte. Die Region Afrika/Nahost erholte sich nach den politischen Unruhen im Vorjahr stark und erreichte ein zweistelliges organisches Umsatzwachstum. Lateinamerika zeigte eine sehr starke Umsatzentwicklung. Die Wachstumsdynamik in Osteuropa legte weiter zu, vor allem unterstützt durch ein erneut sehr starkes Wachstum in Russland

und in der Türkei. In Westeuropa wurde ein leichter Umsatzrückgang verzeichnet, insbesondere aufgrund negativer Marktbedingungen in den südeuropäischen Ländern und einer weiterhin hohen Wettbewerbsintensität. Stark entwickelte sich dagegen der Umsatz in Nordamerika. Insgesamt wurden die Marktanteile in den relevanten Märkten weiter ausgebaut.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel wurde deutlich um mehr als 20 Prozent auf 160 Mio. Euro gesteigert. Die bereinigte Umsatzrendite verbesserte sich um 2,1 Prozentpunkte auf 14,5 Prozent. Das betriebliche Ergebnis lag bei 157 Mio. Euro nach 100 Mio. Euro im Vergleichsquartal des Vorjahres.

Der Unternehmensbereich **Kosmetik/Körperpflege** setzte seinen profitablen Wachstumskurs fort. Der **Umsatz** übertraf das Vorjahresquartal um 4,9 Prozent und erreichte 861 Mio. Euro. In einem schwachen Marktumfeld mit anhaltend hoher Wettbewerbsintensität konnte der Umsatz organisch mit 4,0 Prozent erneut gesteigert werden.

Die gute Umsatzentwicklung wurde von allen Regionen getragen. Die stärksten Impulse kamen dabei wiederum aus den Wachstumsregionen. Insbesondere die Region Afrika/Nahost sowie die Wachstumsmärkte in Asien erreichten ein zweistelliges Umsatzwachstum. In den reifen Märkten konnte der kontinuierliche Wachstumskurs fortgesetzt werden. Hier konnte vor allem in Westeuropa, trotz eines schwachen Marktumfelds, weiteres Wachstum erzielt werden.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** im Unternehmensbereich Kosmetik/Körperpflege verbesserte sich gegenüber dem Vorjahresquartal erneut stark um 9,3 Prozent auf 124 Mio. Euro. Mit 14,4 Prozent konnte die bereinigte Umsatzrendite des ersten Quartals 2011 nochmals um 0,6 Prozentpunkte übertroffen werden. Das betriebliche Ergebnis stieg um 7,1 Prozent auf 120 Mio. Euro.

Der Unternehmensbereich **Adhesive Technologies** setzte seine sehr gute Umsatz- und Ertragsentwicklung auch im ersten Quartal 2012 fort. Der **Umsatz** stieg um 6,2 Prozent auf 2.001 Mio. Euro. Organisch wuchs der Umsatz um 5,6 Prozent. Diese starke Entwicklung wurde durch positive Preiseffekte von 6,2 Prozent getragen. Das Volumen lag im ersten Quartal leicht unter dem Niveau des Vorjahresquartals, auch bedingt durch den teilweisen Rückzug aus dem Emulsionsgeschäft in Asien.

Die starke Umsatzentwicklung wurde in erster Linie durch die Wachstumsmärkte getragen. Hier kamen besondere Impulse aus den Regionen Osteuropa, Asien (ohne Japan) und Afrika/Nahost, in denen die höchsten Zuwächse erzielt wurden. Auch der Umsatz in den reifen Märkten entwickelte sich im Vergleich zum Vorjahresquartal gut. Insbesondere das Geschäft in Nordamerika verzeichnete ein sehr starkes Umsatzwachstum.

Das **bereinigte betriebliche Ergebnis** im Unternehmensbereich Adhesive Technologies wurde im Vergleich zum Vorjahresquartal deutlich um 16,9 Prozent auf 289 Mio. Euro gesteigert. Die bereinigte Umsatzrendite wurde um 1,3 Prozentpunkte auf 14,4 Prozent verbessert. Das betriebliche Ergebnis stieg auf 283 Mio. Euro, eine Steigerung um 16,2 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal.

Regionale Entwicklung

In der Region **Westeuropa** blieb der Umsatz in einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld mit 1.437 Mio. Euro nahezu auf Vorjahresniveau. Die Auswirkungen der sich verschärfenden Finanzkrise in Südeuropa haben die Geschäftsentwicklung in dieser Region beeinträchtigt und zeigten sich in einem nur leichten organischen Wachstum von 0,1 Prozent. Der Umsatz in der Region **Osteuropa** wurde um 3,0 Prozent auf 675 Mio. Euro gesteigert. Das organische Wachstum lag bei 6,3 Prozent und wurde vor allem von den Geschäften in der Türkei und dem Klebstoffgeschäft in Russland getragen. In der Region **Afrika/Nahost** war das Wachstum zwar weiterhin durch die politischen Unruhen in einigen Ländern beeinflusst, jedoch wurde erneut ein zweistelliges organisches Wachstum von 16,8 Prozent erzielt. Hierzu konnte

insbesondere das Wasch- und Reinigungsmittel-geschäft einen starken Beitrag leisten. Nominal stieg der Umsatz ebenfalls um 16,8 Prozent auf 259 Mio. Euro.

Der Umsatz in der Region **Nordamerika** stieg um 10,4 Prozent auf 746 Mio. Euro. Organisch verbesserte sich der Umsatz in der Region trotz eines verhaltenen Konsumklimas in den USA um 6,3 Prozent. Die Region **Lateinamerika** wies ein Umsatzwachstum von 3,9 Prozent auf 263 Mio. Euro auf. Das organische Umsatzwachstum lag bei 7,9 Prozent. Insbesondere die Geschäftsentwicklung in Mexiko trug zu dieser Verbesserung bei. In der Region **Asien/Pazifik** stieg der Umsatz um 9,7 Prozent auf 589 Mio. Euro. Insgesamt verzeichnete die Region weiterhin ein sehr starkes organisches Wachstum von 8,3 Prozent, vor allem getragen durch das Wachstum in China und Indien.

Besondere Impulse für das Umsatzwachstum kamen wiederum aus den **Wachstumsregionen** Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan). Hier stieg der Umsatz um 6,7 Prozent auf 1.639 Mio. Euro. Das organische Wachstum lag bei 8,7 Prozent, insbesondere getragen von den Unternehmensbereichen Adhesive Technologies und Wasch-/Reinigungsmittel. Damit erreichten die Wachstumsregionen einen Umsatzanteil von 41 Prozent (im ersten Quartal 2011: 40 Prozent).

Umsatz- und Ergebnisprognose 2012

Henkel erwartet für das Geschäftsjahr 2012 unverändert ein organisches Umsatzwachstum von 3 bis 5 Prozent. Henkel ist zuversichtlich, in seinen Konsumentengeschäften den positiven Wachstumstrend weiter fortsetzen und ein Umsatzwachstum im niedrigen einstelligen Prozentbereich erzielen zu können. Für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies erwartet Henkel ein Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich. Henkel bestätigt die Prognose für die bereinigte Umsatzrendite (EBIT) von 14 Prozent (2011: 13,0 Prozent) und für die Steigerung des bereinigten Ergebnisses je Vorzugsaktie von mindestens 10 Prozent (2011: 3,14 Euro). Die Basis dafür bilden Absatzpreiserhöhungen und die Anpassung


der Strukturen an die sich stetig ändernden Marktverhältnisse. Mit diesen Maßnahmen und einer weiterhin strikten Kostendisziplin will Henkel die Ergebniswirkung der hohen Rohstoffkosten überkompensieren.

Diese Information enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitung der Henkel AG & Co. KGaA beruhen. Mit der Verwendung von Worten wie erwarten, beabsichtigen, planen, vorhersehen, davon ausgehen, glauben, schätzen und ähnlichen Formulierungen werden zukunftsgerichtete Aussagen gekennzeichnet. Diese Aussagen sind nicht als Garantien dafür zu verstehen, dass sich diese Erwartungen auch als richtig erweisen. Die zukünftige Entwicklung sowie die von der Henkel AG & Co. KGaA und ihren Verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse sind abhängig von einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten und können daher wesentlich von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen. Verschiedene dieser Faktoren liegen außerhalb des Einflussbereichs von Henkel und können nicht präzise vorausgeschätzt werden, wie z.B. das künftige wirtschaftliche Umfeld sowie das Verhalten von Wettbewerbern und anderen Marktteilnehmern. Eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen ist weder geplant noch übernimmt Henkel hierzu eine gesonderte Verpflichtung.

Kontakt:

Henkel AG & Co. KGaA

Investor Relations

 +49 2 11-7 97 39 37

Fax: +49-2 11-7 98 28 63

investor.relations@henkel.com

Kennzahlen 1. Quartal 2012

in Mio. Euro	Umsatz	EBIT	EBIT Marge
	Q1	Q1	Q1
Wasch-/Reinigungsmittel			
2012	1.108	157	14,2%
2011	1.072	100	9,4%
organisch	4,5%	-	-
2012 bereinigt ¹⁾	-	160	14,5%
2011 bereinigt ¹⁾	-	133	12,4%
Kosmetik/Körperpflege			
2012	861	120	14,0%
2011	821	112	13,7%
organisch	4,0%	-	-
2012 bereinigt ¹⁾	-	124	14,4%
2011 bereinigt ¹⁾	-	113	13,8%
Adhesive Technologies			
2012	2.001	283	14,2%
2011	1.884	244	13,0%
organisch	5,6%	-	-
2012 bereinigt ¹⁾	-	289	14,4%
2011 bereinigt ¹⁾	-	247	13,1%
Henkel			
2012	4.008	538	13,4%
2011	3.823	430	11,2%
organisch	4,7%	-	-
2012 bereinigt ¹⁾	-	551	13,7%
2011 bereinigt ¹⁾	-	473	12,4%

Henkel	Q1/2011	Q1/2012	Veränd.
Ergebnis je Vorzugsaktie in Euro	0,66	0,86	30,3%
Bereinigtes EPS je Vorzugsaktie in Euro	0,73	0,87	19,2%

Veränderungen auf Basis der Werte in Tausend Euro

¹⁾ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen